

PENILAIAN KEPUASAN KONSUMEN PADA STRATEGI PEMASARAN

PT. PENERBIT ERLANGGA

(Studi pada Guru SMA yang Mengampu Mata Pelajaran Ujian Nasional

di Surakarta)

TUGAS AKHIR



Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Mencapai Gelar Ahli Madya

Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran

DISUSUN OLEH :

BENITTA RIZKY YONITAMA

F3214009

PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN PEMASARAN

FAKULTAS EKONOMI BISNIS

UNIVERSITAS SEBELAS MARET

2017

ABSTRAK

PENILAIAN KEPUASAN KONSUMEN PADA STRATEGI PEMASARAN PT. PENERBIT ERLANGGA

**(Studi pada Guru SMA yang Mengampu Mata Pelajaran Ujian Nasional
di Surakarta)**

BENITTA RIZKY YONITAMA

F3214009

Penelitian ini membahas tentang penilaian kepuasan konsumen atas strategi pemasaran PT. Penerbit Erlangga. Tujuan penelitian ini guna mengetahui penilaian guru-guru SMA atas strategi pemasaran pada produk buku panduan UN SMA Penerbit Erlangga.

Penelitian ini merupakan penelitian survey yang melibatkan 101 guru SMA di Surakarta yang mengampu mata pelajaran UN dengan menggunakan buku panduan yang diterbitkan Penerbit Erlangga. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuisioner. Data yang sudah terkumpul diolah dengan menggunakan statistik deskriptif bertumpu pada *mean*, *median* dan *mode*.

Hasil pengujian menunjukkan rata-rata para guru pengampu mata pelajaran UN merasakan cukup puas atas kualitas produk, harga yang rasionalis, promosi yang efektif, lokasi kantor yang terjangkau dan pelayanan yang ramah. Dari kajian modus diperoleh angka 4 mengindikasikan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju atas pernyataan-pernyataan yang dimuat dalam kuisioner, tetapi terdapat satu aspek yang dinilai skala frekuensi modus nya 3 yaitu *place* yang artinya guru-guru kurang merasakan aspek pendistribusian yg diberikan.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka beberapa saran yang disampaikan kepada PT. Penerbit Erlangga yaitu perusahaan harus menjaga hubungan marketing yang baik untuk mempertahankan pelanggan potensial. Kemudian perusahaan harus lebih mengoptimalkan keempat aspek yaitu *product*, *price*, *promotion* dan *sales force*, sedangkan pada aspek *place* perlu usaha keras agar indikator yang ada didalam nya bisa dirasakan oleh konsumen. Kemudian dilihat dari niat untuk loyal konsumen menandakan mereka cukup setia atas produk PT. Penerbit Erlangga.

Kunci : Penilaian, Strategi Pemasaran, Niat untuk Loyal.

ABSTRACT

ASSESSMENT OF CUSTOMER SATISFACTION TO MARKETING STRATEGY PT PENERBIT ERLANGGA

**(STUDY ON SENIOR HIGH SCHOOL SURAKARTA TEACHER WHO
ACKNOWLEDGE UN STUDY IN SURAKARTA)**

BENITTA RIZKY YONITAMA

F3214009

This research tries to explain the assesment of cunsomer satisfactory to marketing strategy PT. Penerbit Erlangga. The purpose of this research is to know the high school teachers's satisfaction to marketing strategy in the manual book product of UN (final exam) Senior high school Penerbit Erlangga.

This research involving 101 high school teachers in Surakarta who teaches UN subjects by using the UN (final exam) handbook published publish Penerbit Erlangga. The primary data used in this study were obtained questioner distribution. The collected data will be processed using descriptive statistics based on the mean, median and mode.

The results show the average of the teachers subjects UN subjects feel quite satisfied on product quality, rationalist prices, effective promotion, affordable office location and friendly service. Result mode of this research obtained the number 4 indicates that the majority of respondents agreed on the statement of the questioner, but there is one aspect show that frequency scale of its mode 3 in subject place which means that teachers do not feel the aspect given.

Based on the results of research, there's some suggestions submitted by the author to PT. Penerbit Erlangga that companies must maintain good marketing relationships to retain potential customers. Then the company should further optimize some aspects of produt, price, promotion and sales force, whereas on the aspect of places the writer suggests the need to work hard for the indicators that exist in it can be perceived by consumers. Then from the intention to loyal consumers indicate they are quite loyal to the products of PT. Penerbit Erlangga.

Key: Assessment, Marketing , Intent to Loyal.

HALAMAN PENGESAHAN

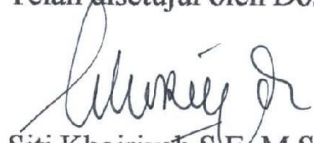
Tugas Akhir dengan Judul :

**PENILAIAN KEPUASAN KONSUMEN PADA STRATEGI PEMASARAN
PT. PENERBIT ERLANGGA**

**(Studi pada Guru SMA yang Mengampu Mata Pelajaran Ujian Nasional
di Surakarta)**

Surakarta, 7 Juni 2017

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing



Siti Khoiriyah S.E., M.Si

NIP.197602062005012001

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan Judul :

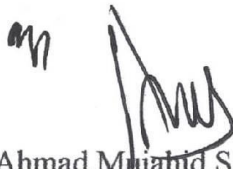
PENILAIAN KEPUASAN KONSUMEN PADA STRATEGI PEMASARAN PT. PENERBIT ERLANGGA

**(Studi pada Guru SMA yang Mengampu Mata Pelajaran Ujian Nasional
di Surakarta)**

Telah disahkan oleh Tim Penguji Tugas Akhir
Program Studi Diploma 3 Manajemen Pemasaran
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret

Surakarta, *28 Juli 2017*

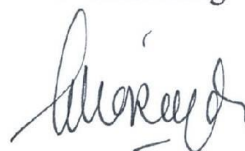
Tim Penguji Tugas Akhir



Ahmad Mujahid S.E, M.Sc

NIP. 19879111820130201

Pembimbing



Siti Khoiriyah S.E, M.Si

NIP. 197602062005012001

Mengetahui,

Kepala Program Studi D3

Manajemen Pemasaran



Drs. Mochammad Amien Gunadi, MP

NIP. 195610231986011001

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret :

Nama : Benitta Rizky Yonitama
NIM : F3214009
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran
Judul Tugas Akhir (TA) : Penilaian Kepuasan Konsumen Pada Strategi Pemasaran PT. Penerbit Erlangga (Studi pada Guru SMA yang Mengampu Mata Pelajaran Ujian Nasional di Surakarta)

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa Tugas Akhir yang saya buat ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan hasil jiplakan/salinan/ sanduran dari karya orang lain.

Apabila ternyata dikemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa penarikan Ijazah dan pencabutan gelar sarjana nya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surakarta,

Mahasiswa
METERAI TEMPEL
86565AEF052715677
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Benitta Rizky Yonitama
NIM. F3214009

MOTTO

“Try not to become a person of success
but rather try to become a person of value you”

(Albert Einstein)

“Do not be a follower, be a leader”

(Penulis)

“Sesungguhnya Allah tidak akan merubah nasib satu golongan sampai mereka
merubah diri mereka sendiri”

(QS. Ar-Ra'd:11)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan kepada :

- Ayah Siswoyo dan Ibu Dwi Laksmi Andayani
- Keluarga besar yang mendoakan
- Sahabat dan teman FEB Seperjuangan
- Almamater UNS

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir yang berjudul **“PENILAIAN KEPUASAN KONSUMEN PADA STRATEGI PEMASARAN PT. PENERBIT ERLANGGA STUDI PADA GURU SMA YANG MENGAMPU MATA PELAJARAN UJIAN NASIONAL DI SURAKARTA”** . Tugas Akhir disusun untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Ahli Madya jurusan D3 Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret. Penulis menyadari Tugas Akhir ini tidak akan terselesaikan tanpa doa bantuan, bimbingan, motivasi, dan semangat dari berbagai pihak. Maka peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Dr. Hunik Sri Runing S,M.Si selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret
2. Drs. Moh Amien Gunadi, MP Selaku Ketua Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta
3. Siti Khoiriyah S.E, M.Si selaku Dosen Pembimbing dalam Penulisan Tugas Akhir ini dengan sabar dan rendah hati dalam memberikan bimbingan.
4. Pram Suryanadi S.E, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu memantau anak didiknya selama perkuliahan
5. Ahmad Mujahid S.E, M.Sc selaku dosen/ Penguji Tugas Akhir
6. Selaku dosen dan staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret

7. Bp. Jebri selaku Manajer PT. Penerbit Erlangga Wilayah Surakarta
8. Staf dan seluruh karyawan PT. Penerbit Erlangga Wilayah Surakarta
9. Ayah Siswoyo dan Ibu Dwi Laksmi Andayani yang senantiasa mendoakan dan memberikan dukungan moral.
10. Rekan seperjuangan Anindita Nisa Qarina dan Mahendra Bayu S
11. Sahabat 5 cm Humam, Haris, Anindita dan Asa
12. Sahabat-sahabat yang telah memberikan support kepada saya Ima, Maria, Rizna, Intan Cepe, Pungky, Dewi, Kun Toah, Angger dan Ajinusa

Semoga Allah senantiasa membalas segala kebaikan kalian. Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini jauh dari sempurna, oleh karenanya kritik dan saran penulis harapkan untuk kesempurnaan Tugas Akhir ini. Semoga karya ini bermanfaat bagi pembaca dan seluruh pihak yang membutuhkan.

Surakarta, ... Juni 2017

Penulis

DAFTAR ISI

<u>ABSTRAK</u>	ii
<u>HALAMAN PERSETUJUAN</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>HALAMAN PENGESAHAN</u>	iv
<u>SURAT PERNYATAAN</u>	v
<u>MOTTO</u>	vi
<u>HALAMAN PERSEMBAHAN</u>	viii
<u>KATA PENGANTAR</u>	ix
<u>DAFTAR ISI</u>	xi
<u>DAFTAR GAMBAR</u>	xiii
<u>DAFTAR TABEL</u>	xiv
<u>DAFTAR DIAGRAM</u>	xv
<u>BAB I</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>A. Latar Belakang Masalah</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>B. Rumusan Masalah</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>C. Tujuan Penelitian</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>D. Manfaat Penelitian</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>E. Batasan Masalah</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>BAB II</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>A. Definisi Kepuasan</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>B. Definisi Kualitas</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>C. Definisi Loyalitas</u>	Error! Bookmark not defined.
1. <u>Jenis – Jenis Loyalitas</u>	Error! Bookmark not defined.
2. <u>Tahap-tahap pertumbuhan Loyalitas</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>D. Faktor-Faktor Keputusan Pembelian</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>E. Kerangka Pemikiran</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>BAB III</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>A. Desain Penelitian</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>B. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling</u> ...	Error! Bookmark not defined.
1. <u>Populasi</u>	Error! Bookmark not defined.
2. <u>Sampel</u>	Error! Bookmark not defined.

3. Teknik Sampling	Error! Bookmark not defined.
C. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
D. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	Error! Bookmark not defined.
E. Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
BAB IV	Error! Bookmark not defined.
A. Gambaran Umum Perusahaan	Error! Bookmark not defined.
1. Sejarah Singkat PT. Penerbit Erlangga ..	Error! Bookmark not defined.
2. Visi dan Misi Perusahaan	Error! Bookmark not defined.
3. Tujuan Perusahaan	Error! Bookmark not defined.
4. Logo Perusahaan	Error! Bookmark not defined.
5. Produk PT. Penerbit Erlangga	Error! Bookmark not defined.
6. Susunan Organisasi	Error! Bookmark not defined.
B. Laporan Magang Kerja	Error! Bookmark not defined.
C. Analisis dan Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
1. Analisis Deskriptif Profil Responden	Error! Bookmark not defined.
2. Pembahasan Analisis Berdasarkan Karakteristik Responden	Error! Bookmark not defined.
3. Pembahasan Analisis Deskriptif Berdasarkan Frekuensi Statistik	Error! Bookmark not defined.
BAB V	Error! Bookmark not defined.
A. KESIMPULAN	Error! Bookmark not defined.
B. SARAN	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR	HALAMAN
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	14
Gambar 4.2 Logo Perusahaan.....	25
Gambar 4.3 Kategori Penerbit PT. Penerbit Erlangga.....	22
Gambar 4.4 Susunan Organisasi PT. Penerbit Erlangga Wilayah Surakarta.....	30

DAFTAR TABEL

TABEL	HALAMAN
Tabel 2.1 Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Sikap dan Perilaku Pembelian Ulang.....	10
Tabel 2.2 Hubungan antara Kepuasan dan Loyalitas.....	13
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	17
Tabel 4.2 Hasil Analisis Frekuensi Statistik Deskriptif.....	48
Tabel 4.3 Hasil Frekuensi Dimensi Loyalitas Pada Pernyataan nomor 1...	51
Tabel 4.3 Hasil Frekuensi Dimensi Loyalitas Pada Pernyataan nomor 2...	52
Tabel 4.4 Hasil Frekuensi Dimensi Loyalitas Pada Pernyataan nomor 3...	53
Tabel 4.5 Hasil Frekuensi Dimensi Loyalitas Pada Pernyataan nomor 4...	54

DAFTAR DIAGRAM

DIAGRAM	HALAMAN
Diagram 4.1 Profil Responden Berdasarkan Sekolah.....	38
Diagram 4.2 Profil Responden Berdasarkan Mata Pelajaran.....	39
Diagram 4.3 Profil Responden Berdasarkan Jenis kelamin.....	40
Diagram 4.4 Profil Responden Berdasarkan Umur.....	41
Diagram 4.5 Profil Responden Berdasarkan Lama Menjadi Guru.....	42
Diagram 4.6 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan.....	43
Diagram 4.7 Profil Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Buku PT. Penerbit Erlangga.....	44
Diagram 4.8 Profil Responden Berdasarkan Keputusan Pembelian	47
Diagram 4.9 Profil Responden Berdasarkan Alasan Berpindah Merek.....	45